

21世纪高等院校简明实用教材

管理学

MANAGEMENT

孙晓红 闫涛 编著

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

21 世纪高等院校简明实用教材

附录 (90) 附录型图书

学大经世北非, 版大一, 译编孙明, 孙明林, 李野林

(版五第 2005) 2005, 林野林

孙明林, 李野林, 孙明林, 李野林

ISBN 7-304-0101-0

管 理 学

孙明林, 李野林, 孙明林, 李野林

ISBN 7-304-0101-0

孙明林, 李野林, 孙明林, 李野林

江苏工业学院图书馆
藏书章

孙明林, 李野林, 孙明林, 李野林

ISBN 7-304-0101-0

ISBN 7-304-0101-0

ISBN 7-304-0101-0

ISBN 7-304-0101-0

ISBN 7-304-0101-0

ISBN 7-304-0101-0

孙明林, 李野林, 孙明林, 李野林

ISBN 7-304-0101-0

ISBN 7-304-0101-0

孙明林, 李野林, 孙明林, 李野林

孙明林, 李野林, 孙明林, 李野林

孙明林, 李野林, 孙明林, 李野林

孙明林, 李野林, 孙明林, 李野林

孙明林, 李野林, 孙明林, 李野林

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

大 连

© 孙晓红 闫涛 2005

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学 / 孙晓红, 闫涛编著. —大连: 东北财经大学出版社, 2005. 4 (2005. 8 重印)

21 世纪高等院校简明实用教材

ISBN 7-81084-648-5

I. 管… II. ①孙… ②闫… III. 管理学-高等学校-教材 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 041624 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@sina.com

大连天正华延彩色印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 148mm × 210mm 字数: 336 千字 印张: 11 1/4

印数: 5 001—9 000 册

2005 年 4 月第 1 版

2005 年 8 月第 2 次印刷

责任编辑: 孙 越

责任校对: 吴 娇

封面设计: 张智波

版式设计: 孙 萍

定价: 19.00 元

前 言

《管理学》适用于本科财经管理类专业教学使用。全书设3编，共11章。第1编为管理基础，介绍了管理系统、管理理论的产生与发展，其目的在于使学生掌握管理学的基础知识，能够有目的、有意识地培养管理者的素质，理解主要管理流派的管理理论；第2编为管理载体，介绍了组织工作、组织设计和组织运行，通过本编的学习，使学生理解组织工作原理，掌握组织设计的程序与方法，培养学生团队建设的能力；第3编为管理过程，介绍了计划工作、战略管理与决策、领导工作、激励、沟通和控制工作，通过本编学习，可以使學生掌握管理活动过程各阶段的原则及管理技能。

本书紧紧围绕高校本科财经类专业人才培养目标，坚持创新、改革的精神，以提高学生管理素质为基础，以管理能力为本位，兼顾知识、技能与能力三者的统一，努力在内容和形式上有所突破或创新。与同类教材相比，本书具有以下特点：

1. 内容简明适用。本书着眼于管理学的科学性、艺术性和创新性，以提高学生管理技能与管理能力为目标，以理论知识够用为原则。在内容取舍方面，尽可能在将国内外最新、最先进的管理成果和成熟的管理经验引入教材的同时，使管理理论简明适用。

2. 结构新颖。在本书的编写方式上,除了传统的正文介绍以外,在每一章的章首预先提出了知识、技能和能力三方面的学习目标,在每一章的正文之前都设置了前导案例。为了弥补正文理论内容不足的缺憾,同时也为了给学生提供自学的方便,在每一节当中都至少设置了一个小资料和小思考栏目。在每一章的结尾,除了对本章进行小结以外,还设置了主要概念和观念、基本训练两项内容,力求使学生对该章重点内容的认识有一个比较清晰的轮廓。

3. 重视学习能力的培养。高等教育的任务除了是要培养学生的专业知识、提高专业能力以外,更重要的是要培养学生自主学习的能力,为此,本书在每一章的基本训练内容中都设置了案例分析和网上调研栏目,使学生能够自觉地挖掘学习资源,以提高学生的自主学习能力。

本书由孙晓红、闫涛两位同志共同编著。渤海大学管理学院李福学教授、渤海大学文理学院金彦龙教授对本书的编著提出了许多有价值的修改意见;在出版过程中,东北财经大学出版社的编辑孙晓梅同志给予了大力帮助;此外,在写作中参阅、引用了许多管理学前辈的专著、教材和研究成果,在此,一并表示感谢。

由于作者水平有限,加之本书对本科教材的写作模式作了大胆的改革尝试,因此缺点和不成熟之处在所难免,敬请广大读者指正。

作者

2005年3月

00		第1章 绪论	1.1
00		第2章 管理理论的产生与发展	2.1
15		第3章 管理决策	3.1
05		第4章 计划	4.1
58		第5章 组织	5.1
00		第6章 领导	6.1
00		第7章 控制	7.1
00		第8章 人力资源管理	8.1
00		第9章 财务管理	9.1
00		第10章 市场营销	10.1
00		第11章 物流管理	11.1
00		第12章 项目管理	12.1
00		第13章 质量管理	13.1
00		第14章 风险管理	14.1
00		第15章 危机管理	15.1
00		第16章 企业社会责任	16.1
00		第17章 绿色管理	17.1
00		第18章 企业文化	18.1
00		第19章 企业战略	19.1
00		第20章 企业并购	20.1
00		第21章 企业重组	21.1
00		第22章 企业破产	22.1
00		第23章 企业清算	23.1
00		第24章 企业重整	24.1
00		第25章 企业破产清算	25.1
00		第26章 企业破产清算	26.1
00		第27章 企业破产清算	27.1
00		第28章 企业破产清算	28.1
00		第29章 企业破产清算	29.1
00		第30章 企业破产清算	30.1
00		第31章 企业破产清算	31.1
00		第32章 企业破产清算	32.1
00		第33章 企业破产清算	33.1
00		第34章 企业破产清算	34.1
00		第35章 企业破产清算	35.1
00		第36章 企业破产清算	36.1
00		第37章 企业破产清算	37.1
00		第38章 企业破产清算	38.1
00		第39章 企业破产清算	39.1
00		第40章 企业破产清算	40.1
00		第41章 企业破产清算	41.1
00		第42章 企业破产清算	42.1
00		第43章 企业破产清算	43.1
00		第44章 企业破产清算	44.1
00		第45章 企业破产清算	45.1
00		第46章 企业破产清算	46.1
00		第47章 企业破产清算	47.1
00		第48章 企业破产清算	48.1
00		第49章 企业破产清算	49.1
00		第50章 企业破产清算	50.1
00		第51章 企业破产清算	51.1
00		第52章 企业破产清算	52.1
00		第53章 企业破产清算	53.1
00		第54章 企业破产清算	54.1
00		第55章 企业破产清算	55.1
00		第56章 企业破产清算	56.1
00		第57章 企业破产清算	57.1
00		第58章 企业破产清算	58.1
00		第59章 企业破产清算	59.1
00		第60章 企业破产清算	60.1
00		第61章 企业破产清算	61.1
00		第62章 企业破产清算	62.1
00		第63章 企业破产清算	63.1
00		第64章 企业破产清算	64.1
00		第65章 企业破产清算	65.1
00		第66章 企业破产清算	66.1
00		第67章 企业破产清算	67.1
00		第68章 企业破产清算	68.1
00		第69章 企业破产清算	69.1
00		第70章 企业破产清算	70.1
00		第71章 企业破产清算	71.1
00		第72章 企业破产清算	72.1
00		第73章 企业破产清算	73.1
00		第74章 企业破产清算	74.1
00		第75章 企业破产清算	75.1
00		第76章 企业破产清算	76.1
00		第77章 企业破产清算	77.1
00		第78章 企业破产清算	78.1
00		第79章 企业破产清算	79.1
00		第80章 企业破产清算	80.1
00		第81章 企业破产清算	81.1
00		第82章 企业破产清算	82.1
00		第83章 企业破产清算	83.1
00		第84章 企业破产清算	84.1
00		第85章 企业破产清算	85.1
00		第86章 企业破产清算	86.1
00		第87章 企业破产清算	87.1
00		第88章 企业破产清算	88.1
00		第89章 企业破产清算	89.1
00		第90章 企业破产清算	90.1
00		第91章 企业破产清算	91.1
00		第92章 企业破产清算	92.1
00		第93章 企业破产清算	93.1
00		第94章 企业破产清算	94.1
00		第95章 企业破产清算	95.1
00		第96章 企业破产清算	96.1
00		第97章 企业破产清算	97.1
00		第98章 企业破产清算	98.1
00		第99章 企业破产清算	99.1
00		第100章 企业破产清算	100.1

目 录

第1编 管理基础

第1章 管理系统	1
学习目标	1
1.1 管理与管理系统	3
1.2 管理主体——管理者	10
1.3 管理机制与方法	16
1.4 管理创新	20
本章小结	26
主要概念和观念	27
基本训练	27
第2章 管理理论的产生与发展	30
学习目标	30
2.1 古典管理理论	32
2.2 行为科学理论	44
2.3 管理理论丛林	48
2.4 管理理论新思潮	55
本章小结	66
主要概念和观念	66
基本训练	66

第2编 管理载体

第3章 组织工作	69
学习目标	69
3.1 组织与组织工作	71
3.2 组织工作的基础与原理	79
3.3 组织结构的类型	82
本章小结	94
主要概念和观念	94
基本训练	94
第4章 组织设计	98
学习目标	98
4.1 部门设计	100
4.2 层次设计	104
4.3 职权设计	109
4.4 人员设计	116
4.5 制度设计	123
本章小结	129
主要概念和观念	130
基本训练	130
第5章 组织运行	133
学习目标	133
5.1 授权	135
5.2 委员会	139
5.3 团队	143
5.4 非正式组织	151
5.5 组织变革	154
本章小结	162
主要概念和观念	163
基本训练	163

第3编 管理过程

第6章 计划工作	166
学习目标	166
6.1 计划工作的程序与方法	167
6.2 目标	180
6.3 目标管理	185
本章小结	192
主要概念和观念	192
基本训练	192
第7章 战略管理与决策	195
学习目标	195
7.1 战略管理	196
7.2 决策	213
本章小结	223
主要概念和观念	224
基本训练	224
第8章 领导工作	227
学习目标	227
8.1 领导的实质与作用	228
8.2 有关领导的理论	236
8.3 领导艺术	245
本章小结	252
主要概念和观念	252
基本训练	252
第9章 激励	256
学习目标	256
9.1 激励的过程	257
9.2 有关激励的理论	266
9.3 激励的方式与要求	278

本章小结.....	287
主要概念和观念.....	287
基本训练.....	288
第10章 沟 通	290
学习目标.....	290
10.1 沟通的类型.....	291
10.2 沟通的原则与要求.....	303
10.3 有效沟通的途径.....	307
本章小结.....	311
主要概念和观念.....	312
基本训练.....	312
第11章 控制工作	316
学习目标.....	316
11.1 控制的原理.....	317
11.2 控制的过程与类型.....	325
11.3 控制的手段与方法.....	332
11.4 管理绩效评价.....	343
本章小结.....	345
主要概念和观念.....	346
基本训练.....	346
参考文献.....	349

第1编 管理基础

第1章

管理系统

学习目标

知识目标:

- 掌握管理的含义与性质;
- 了解管理系统的构成;
- 掌握管理者的素质要求;
- 掌握管理机制的含义与类型;
- 掌握管理创新的含义与内容。

技能目标:

- 解释说明管理的基本概念;
- 认知并有意识地培养自己的管理素质;
- 运用管理机制分析、解决实际管理问题。

能力目标:

- 实地调研某类组织,分析管理者的素质状况及存在的问题;
- 调查某家企业,分析该企业的管理机制构成。

克莱斯勒公司面临的挑战

在20世纪80年代，李·艾柯卡因拯救了濒临破产的美国汽车巨头之一克莱斯勒公司而声名鹊起。今天，克莱斯勒公司又面临另外一场挑战：在过热的竞争和预测到的世界汽车产业生产能力过剩的环境中求生存。为了度过这场危机并再次成功地进行竞争，克莱斯勒不得不先解决以下问题：

首先，世界汽车产业的生产能力过剩，这意味着所有汽车制造商都将竭尽全力保持或增加它们的市场份额。美国的汽车公司要靠增加投资来提高效率，日本的汽车制造商也不断在美国建厂。欧洲和韩国的厂商也想增加它们在美国的市场份额。艾柯卡承认，需要对某些车型削价，为此，他运用折扣和其他激励手段来吸引消费者进入克莱斯勒的汽车陈列室。可是，艾柯卡和克莱斯勒也认为，价格是单一得到更多买主的方法，但从长期性来看，这不是最好的方法。其次，克莱斯勒必须改进它所生产的汽车的质量和性能。艾柯卡承认，把注意力过分集中在市场营销和财务方面，而把产品开发拱手让给了其他厂家是不好的，而且，必须重视向消费者提供高质量的售后服务。再次，艾柯卡要把美国汽车公司（AMC）和克莱斯勒公司的运作结合起来。兼并美国汽车公司意味着克莱斯勒要解雇许多员工，这包括蓝领工人和白领阶层。剩余的员工对这种解雇的态度是从愤怒到担心，这会给克莱斯勒的管理造成巨大的压力：难以和劳工方面密切合作、回避骚乱，难以确保汽车质量和劳动生产率。

为了生存，克莱斯勒承认，公司各级管理人员以及设计、营销、工程和生产方面员工应通力协作，以团队形式开发和制造与消费者的需要相匹配的质量产品。克莱斯勒的未来还要以提高效率为基础。今天，克莱斯勒一直注重降低成本、提高质量并依靠团队合作的方式提高产品开发的速度，发展与供应商、消费者的更好关系。在其他方面，艾柯卡要求供应商提供降低成本的建议——他已收到上千条这样的提议。艾柯卡认为，降低成本的关键是“让1万名员工全部都谈论降低成本”。

艾柯卡现已从克莱斯勒公司总裁的职位退休，有些分析家开始预见克莱斯勒的未来……

管理活动作为人类最重要的一项活动，广泛存在于现实社会之中，大到国家、军队，小到企业、医院、学校，只要是由两个或两个以上的人组成的、有一定活动目的的集体都离不开管理。管理是一个系统，管理者必须从系统的观念出发，密切关注组织内外部环境的变化，整体地、联系实际地观察、分析和解决管理问题。

1.1 管理与管理系统

1.1.1 管理的含义

管理学者们对管理的定义作了大量的研究，并从不同的角度和侧重点，提出了大量关于管理的定义。科学管理之父泰罗认为，管理就是“确切地知道你要别人去干什么，并使他用最好的方法去干”^①；诺贝尔经济学奖获得者赫伯特·西蒙教授认为，“管理就是决策”^②；管理过程理论之父亨利·法约尔认为，“管理是所有的人类组织都有的一种活动，这种活动由五项要素组成：计划、组织、指挥、协调和控制”^③；孔茨和奥·唐纳认为，管理涉及“在经营组织中创造和保证某种内部环境，在这个内部环境中，以群体形式组织在一起的个人能有效地工作以达到群体的目标”^④。

上述定义各有不同的侧重点，反映了管理学界在丰富的实践基础上从不同角度对管理的认识。这里，我们认为约瑟夫·M. 普蒂、海茵茨·韦里奇、哈罗德·孔茨三人合著的《管理学精要：亚洲篇》给管理学所下的定义是一个比较综合的定义。他们认为：“管理是引导人力和物质资源进入动态的组织以达到这些组织的目标，亦即使服务对象获得满意，并且使服务的提供者也获得一种高度的士气感和成就感”^⑤。

① (美) 泰罗：《科学管理原理》，157页，北京，中国社会科学出版社，1980。

② (美) 赫伯特·西蒙：《管理决策新科学》，37页，北京，中国社会科学出版社，1982。

③ (法) 法约尔：《工业管理与一般管理》，10页，北京，中国科学出版社，1980。

④ Harold Koontz and Cyril O'Donnel, *Principles of Management*, 5th ed., McGraw - Hill Book Company, 1972, p. 1.

⑤ (美) 约瑟夫·M. 普蒂、海茵茨·韦里奇、哈罗德·孔茨：《管理学精要：亚洲篇》，27页，北京，机械工业出版社，1999。

这个定义中包含了管理的以下含义：

第一，管理的客体包括人力资源和物质资源。管理者在管理活动过程中，必须对人力资源和物质资源进行综合平衡，既不能过分强调物质资源而忽略人力资源，也不能因偏重技术因素而忽略人的因素。

第二，管理活动是在动态的组织中进行的。管理活动需要一定的载体，这个载体就是组织。由于人力资源、产品和服务、技术和市场都是在变化的，所以作为管理载体的组织也必须因之而变化。管理失败往往是由于忽略了组织动态性这一特点，或是由于对环境的适应缓慢而造成的。管理主体如果忽略组织动态性这一客观事实，将付出高昂的代价。

第三，管理的目的性。管理的目的就是要实现组织的目标。所有的管理行为，都是为实现目标服务的。有效实现目标，就是使各类组织的一切职能活动既有效率，又有效益。一旦管理失去了目标，就意味着管理失去了自身的载体，它们就失去了自身的特征和职能。

第四，服务对象的满意程度是衡量管理效率高低的标准。社会公众或消费者是组织的服务对象，对于成功的管理需要注重的是消费者的满意程度。一个组织不论是处在一种高度竞争的环境之中还是处在一种非高度竞争的环境之中，其所关注的焦点都应该是消费者的满意程度。所以管理就是为了使服务对象满意，而将人力资源和物质资源引入到动态组织中。

第五，实现组织目标的手段是通过高度的士气感和成就感。高度的士气感和成就感是因为组织成员提供服务而获得的，组织正是通过这些成员提供服务，他们从工作中所获得的成就感和满意程度对组织达到目标以及为消费者提供满意的服务具有很大的影响。成员的士气感和成就感可以通过服务质量体现出来。

【小资料 1.1】

对管理的理解

1. 管理是由计划、组织、指挥、协调及控制等职能为要素组成的活动过程；

2. 管理是通过计划工作、组织工作、领导工作和控制工作的诸过程来协调所有的资源，以达到既定的目标；

3. 管理是在某一组织中, 为完成目标而从事的对人与物质资源的协调活动;

4. 管理就是由一个或更多的人来协调他人的活动, 以收到单个活动所不能收到的效果而进行的各种活动;

5. 管理就是协调人际关系, 激发人的积极性, 以达到共同目标的一种活动;

6. 管理就是使组织在与环境进行物质、能量和信息的交换中, 在组织内部构成要素与组织整体的相互作用中, 达到生存和发展的复杂过程;

7. 管理是一种以绩效责任为基础的专业职能;

8. 管理就是合理组织生产力、维护一定的生产关系和上层建筑的活动过程。

1.1.2 管理的特性

管理是引导人力和物质资源进入动态的组织, 以达到这些组织的目标的过程。自从有人群组织以来, 便存在管理这类活动。这类活动不同于文化活动、科学活动和教育活动等, 是因为它有其自己的特性。

1. 目的性

管理是人类一种有意识、有目的的活动, 因而它有明显的目的性。管理的这一特征是我们区别自然界和人类社会中那些非管理活动的重要标志。凡是盲目的、没有明确目的的活动, 都不能称其为管理活动; 那些纯属于由生理功能驱使、无意识的本能活动, 都不能称其为管理活动。管理的目的性是由管理活动产生和发展的内在要求决定的。如果管理没有一定的目标, 那么管理就没有存在的必要了。管理的目的性要求管理人员时刻明确管理的目标是什么, 围绕目标实施有效的管理。

2. 动态性

管理的动态性主要表现在管理活动需要在变动的环境与组织本身中进行, 需要消除资源配置过程中的各种不确定性。由于各个组织所处的环境与具体的工作环境不同, 各个组织的目标与从事的行业不同, 因而导致了每个组织中资源配置的不同性, 这种不同性也是管理动态性的一

种派生。管理活动要适应外部环境的变化而变化，因而没有一成不变的管理模式。管理的动态性要求管理者时刻研究和关注组织内外环境的变化，保持管理模式与环境的动态适应性，适时调整管理的内容、手段、方式和方法。

3. 人本性

管理的人本性是指在管理过程中以人为中心，把理解人、尊重人、调动人的积极性放在首位，把人视为管理的重要对象及组织最重要的资源。从管理者来看，因为管理者是实施管理的人，所以管理者的管理能力直接影响组织管理的水平；从被管理者来看，如果被管理者的素质较差、能力较低，不能接受和理解管理者的指令或不能自我约束，就不能保证实施有效的管理；从管理的过程来看，管理的过程就是要实现人力资源与物质资源的有效配置，而物质资源再先进，也必须由人来使用和管理，否则就是一堆废物；从人与科学技术的关系来看，科学技术的成果是人类智慧的结晶，离开人的实践与思维活动，就不会有科学技术；从管理的核心来看，管理的核心就是处理各种人际关系，所以在管理过程中，只有把人作为根本，才能协调好其他要素，实现高效率的管理。管理的人本性要求管理者在管理活动中一方面要不断提高自身素质和管理能力，另一方面还要不断加强对被管理者的培训，以提高下属的工作技能，同时还要不断激励下属，提高他们完成工作任务的积极性，使他们不断获得一种高度的士气感和成就感。

4. 组织性

管理的载体是组织。无论是从改造自然还是从改造社会的任务来看，个体的能力都是有限的，个体的无序组合也不能发挥作用。所以现实社会普遍存在着由两个或两个以上的人组成的、为一定目标进行协作活动的集体，这就形成了组织。显然，组织是社会中普遍存在的现象。任何性质、任何类型的组织都要保证组织中的各种要素的合理配置，从而实现组织的目标，这就需要在组织中实施管理。另外，一切管理活动都要通过一定的手段来实现，而实现管理活动的最佳手段就是建立一个健全的、富有生机的组织系统，通过这个组织系统来有效地实施管理活动。因此，组织是管理的载体。管理的组织性要求管理者在管理活动中加强组织建设，建立学习型组织，使组织高效率地运转。

5. 科学性

管理的科学性是指人们在发现、探索、总结和遵循客观规律的基础上，建立系统化的理论体系，并在管理实践中应用管理原理与原则，使管理成为理论指导下的规范化的理性行为。管理活动可以分为程序性活动和非程序性活动两大类。程序性活动就是指有章可循，照章运作便可以取得预想效果的管理活动；非程序性活动是指无章可循，需要边运作边探索的管理活动。管理的科学性就是不断地实现管理活动由非程序性向程序性的转化，这种转化的过程就是人们对这类活动进行规律性的科学总结。管理的科学性要求管理者在管理活动中遵循客观规律，不断建章立据，实施科学管理。

6. 艺术性

管理虽然可以遵循一定的原理或规范办事，但它绝不是“按图索骥”的照章操作行为。管理理论作为普遍使用的原理、原则，必须结合实际应用才能奏效。管理者在实际工作中面对千变万化的管理对象，灵活多样地、创造性地运用管理技术与方法，解决实际问题，从而在实践与经验的基础上，创造了管理的艺术与技巧，这就是管理的艺术性。管理的艺术性要求管理者必须学会熟练地掌握实际情况、因势利导、总结经验、理论联系实际。

7. 创新性

管理的创新性主要表现为管理理念、管理思想、管理内容、管理手段、管理方式和管理方法的不断更新，以适应不断变化的客观环境对管理活动的需要。组织内外部环境及管理对象的变化，客观上决定了管理也要不断地推陈出新，不断地更新管理理论、管理思想、管理内容、管理手段、管理方式和管理方法，也就是说，管理的创新性是客观环境发展变化对管理活动发展变化的内在要求。认识到管理的创新性有助于管理者克服重技术、轻管理的倾向，真正把技术与管理看做经济起飞的两个轮子。

8. 经济性

首先，管理的经济性表现在资源配置的机会成本上，管理者选择一种资源配置方案是以放弃另一种资源配置方案的代价而取得的；其次，管理的经济性反映在管理方式方法选择上的成本比较，因为在众多可帮

助进行资源配置的方式方法中,其所费成本不同,所以如何选择就有个经济性的问题;再次,管理是对资源有效整合的过程,因此选择不同的资源供给和配比,就有成本大小的问题。管理的经济性要求管理者不断提高自身的决策能力,用尽可能少的投入取得尽可能多的产出,努力提高管理的效率。

【小思考 1.1】

学术研究者们的热点问题之一是,管理是一门科学还是一门艺术。如何看待这个热点呢?

答:管理既是一门科学,又是一门艺术。说它是科学,是强调其客观规律性,说它是艺术,则是强调其灵活性与创造性。管理的这种科学性与艺术性在管理实践中并非截然分开,而是相互作用,共同发挥管理的功能,促进目标的实现。

【小资料 1.2】

关于管理职能的看法

关于管理职能的看法有很多,以下是几种被人们普遍接受的观点:

1. 哈罗德·孔茨和西里尔·奥唐纳认为,管理的职能有计划、组织、人事、领导和控制;
2. 周三多教授认为,管理职能有计划、组织、领导、控制、创新;
3. 法约尔认为,管理职能有计划、组织、指挥、协调、控制;
4. 单凤儒教授认为,管理职能有计划、组织、领导、控制。

也有一些学者将激励、调集资源、沟通、决策、公共关系等作为管理的职能。虽然不同的学者对管理的职能有不同的看法,但并没有实质性的差异。目前关于管理职能方面比较主流的说法是计划、组织、领导、控制。

1.1.3 管理系统的含义

根据系统的观点研究管理,管理就是一个完整的系统。所说的管理系统是指由相互联系、相互作用的若干要素和子系统,按照管理的整体功能和目标结合而成的有机整体。

管理系统作为一个科学的概念,包括以下具体的含义:

- (1) 管理系统是由若干要素构成的,这些要素可以被看做是管理